СТОПАНСКА АКАДЕМИЯ „Д. А. ЦЕНОВ“ – СВИЩОВ

СЪЮЗ НА УЧЕНИТЕ В БЪЛГАРИЯ – КЛОН СВИЩОВ

НАУЧНО-ПРАКТИЧЕСКА
КОНФЕРЕНЦИЯ

ИКОНОМИКАТА НА БЪЛГАРИЯ – 30 ГОДИНИ СЛЕД НАЧАЛОТО НА ПРОМЕНИТЕ

Свищов, 22 ноември 2019 г.

Сборник с доклади

Конференцията е посветена на 75 години от създаването на Съюза на учените в България

Академично издателство „Ценов“
Свищов
2020

ПРОГРАМЕН КОМИТЕТ

Доц. д-р Иван Марчевски – Ректор на СА „Д. А. Ценов“ - Свищов
Проф. д.б.н. Диана Петкова – Председател на Съюза на учените в България
Доц. д-р Тодор Кръстевич – Зам. ректор „Научноизследователска и проектна дейност“ на СА „Д. А. Ценов“
Доц. д-р Красимира Славева – Председател СУБ – клон Свищов

ОРГАНИЗАЦИОНЕН КОМИТЕТ

Проф. д-р Атанас Атанасов
Доц. д-р Христо Сирашки
Доц. д-р Пепа Стойкова
Гл. ас. д-р Зоя Иванова
Гл. ас. д-р Любка Илиева

РЕДАКЦИОНЕН СЪВЕТ

Председател:
Проф. д-р Атанас Атанасов
Членове:
Проф. д-р Поля Ангелова
Проф. д-р Маргарита Богданова
Доц. д-р Красимира Славева
Доц. д-р Христо Сирашки

НАУЧНИ СЕКРЕТАРИ
Гл. ас. д-р Зоя Иванова
Гл. ас. д-р Любка Илиева

Публикуваните материали са рецензирани. Авторите носят отговорност за съдържанието на материалите, изразените мнения, използваните данни, цитираните източници и езиковото оформление на текстовете.

ISBN 978-954-23-1815-6

СЪДЪРЖАНИЕ

ИКОНОМИКС, ФИНАНСИ, ЗАСТРАХОВАНЕ, СОЦИАЛНО ДЕЛО

Напълно автоматизирания луксозен комунизъм – опит за подмяна на идеологията с технология
Проф. д.н. Борислав Борисов, докт. Дмитрий Лем 7

Бюджетно осигуряване на националната сигурност – състояние и тенденции за периода 2010 – 2019 г.
Проф. д-р Андрей Захариев, ас. д-р Стефан Станимиров, докт. Русалин Русалинов.....18

За информационното общество в България – 30 години след началото на промените
Проф. д-р Йордан Василев 27

Човешките ресурси в здравеопазването (2009-2019 г.)
Доц. д-р Анастасия Марчева, гл. ас. Милена Владимирова.....35

Реформата в българското данъчно облагане и икономиката в сянка
Доц. д-р Валентин Милинов 43

Надзор върху застрахователната дейност в България в контекста на защитата на интересите на застрахованите
Доц. д-р Венцислав Василев 51

Българската икономика преди и след 30 години: източници на растежа
Доц. д-р Вера Пиримова 58

Глобализацията на съвременната икономика и мястото на България в нея
Доц. д-р Людмил Несторов 67

Осигурително-технически аспекти на взаимовръзката „вход – изход“ през призмата на адекватността и еквивалентността на пенсионноосигурителната система в България
Доц. д-р Пламен Йорданов, докт. Жанета Ангелова 76

Застраховането като възможност за осигуряване на допълнителен доход на хората в надработоспособна възраст
Доц. д-р Румен Ерусалимов 84

Конвергенция на финанси и застраховане в България –
проявления, тенденции, възможности
Доц. д-р Стоян Проданов.....93

Анализ на показателите за капиталова адекватност на банките
в България през периода 2007 – 2018 г.
Гл. ас. д-р Аглика Кънева 102

Еволюция на държавния надзор върху застрахователната
дейност в България
Гл. ас. д-р Анелия Панева 113

30 години пазарна икономика в България: ефекти върху заетостта
Гл. ас. д-р Елка Сярова.....121

Оценка състоянието на задлъжнялостта в подсектор
„Местно самоуправление“
Гл. ас. д-р Петко Ангелов, докт. Силвия Заркова.....129

Развитие и усъвършенстване на институционалната структура
на пазара на труда в България
Гл. ас. д-р Таня Илиева 137

Пъзел с изменчивостта – методология за тестване на БФБ
Гл. ас. д-р Цвета н Павлов 144

Осигуряване в Универсален пенсионен фонд – състояние
и възможности
Ас. д-р Йордан Йорданов.....153

Инвестирането във ВЕЦ като важен възобновяем енергиен източник
в България
Ас. д-р Стефан Станимиров, докт. Мирослав Костадинов.....161

Мястото на преките чуждестранни инвестиции
в българската икономика
Ас. Елица Петкова.....168

Парите – начален и краен стимулатор и ограничител на банковото
външнотърговско посредничество (Финансово-правни аспекти)
Ас. Игнат Папазов 177

Стрес тестовете на българската банкова система в контекста
на регулаторните изисквания на Базел III
Докт. Беатрис Любенова 184

Инвестиционните банки и ипотечните облигации
Докт. Борислав Киров 196

Презастраховането като инструмент за управление на риска
Докт. Вахан Бохосян 205

Отражение на петролните ценови шокове върху световната
икономика
Докт. Даниел Тунчев 211

Българският модел на системата „бонус-малус" и поредното
предизвикателство пред застрахователните компании
Докт. Михаела Монова 220

Проблеми и предизвикателства пред холдинговите дружества
в България
Докт. Теодора Цветкова 228

СЧЕТОВОДСТВО, КОНТРОЛ, АНАЛИЗ, СТАТИСТИКА

Същност и възможности за счетоводно отчитане
на специализираните пенсионни резерви в пенсионноосигурителните
дружества
Проф. д-р Атанас Атанасов 239

Съвременната агростатистика в България – началото
Проф. д-р Поля Ангелова 247

Стандартизация на счетоводството в предприятията от публичния
сектор в Република България
Доц. д-р Венцислав Вечев 255

Значими изменения в счетоводството в резултат на настъпилите
социално-икономически промени през последните 30 години
Доц. д-р Галина Чиприянова 261

Структурните промени в българската икономика и влиянието им
върху външната търговия и икономическия растеж
Доц. д-р Красимира Славева 270

Първи период в развитието на статистическия анализ
на „Отдалечени наблюдения“ ("OUTLIERS")
Доц. д-р Любомир Иванов **281**

Оценка на достъпа до интернет в дейността на предприятията
Доц. д-р Маргарита Шопова **288**

Стопански счетоводен анализ на ефективността и финансовата
стабилност на предприятието
Доц. д-р Марко Тимчев **296**

Правни аспекти на трансферното ценообразуване при данъчно
облагане в Р България
Доц. д-р Пенко Димитров **305**

Дуално или триално обучение по контролни дисциплини във висшето
образование – проблеми и предимства
Доц. д-р Пепа Стойкова **313**

Сравнителен анализ на финансирането на висшето образование
в страните от Европейския съюз
Доц. д-р Пламен Петков **324**

Предизвикателства пред одиторите в контекста на разширеното
докладване
Доц. д-р Силвия Костова **333**

Оценката на риска при извадковото изучаване в одита
Доц. д-р Стела Касабова **341**

Развитие на контрола върху акцизите през последните 30 години
Гл. ас. д-р Жельо Желев **347**

Мрежов модел за пътуване в България с БДЖ при планиране
на маршрут за пътуване с прикачване
Гл. ас. д-р Миглена Иванова **355**

Счетоводната професия в перспектива – умения и компетенции
Гл. ас. д-р Радосвета Кръстева-Христова **364**

Оценка на икономическото сближаване между областите в България
Гл. ас. д-р Тихомир Върбанов **371**

Проблеми при прилагането на разширения критерий на Дики-Фулър
Ас. д-р Евгени Овчинников 379

МЕНИДЖМЪНТ, МАРКЕТИНГ, МЕЖДУНАРОДНИ ОТНОШЕНИЯ ПЛАНИРАНЕ, ИНФОРМАЦИОННИ ТЕХНОЛОГИИ

Comparative Analysis of the Competitiveness of the Balkan Countries
Prof., PhD Lyubcho Varamezov.....387

Lean Management във висшето образование
Проф. д-р Маргарита Богданова 394

Стратегическият маркетингов мениджмънт – перспектива
за развитие на туристическите бизнес организации в България
Доц. д-р Ваня Григорова 403

Приложение на Big Data анализа за защита на информацията
Доц. д-р Веселин Попов, доц. д-р Петя Емилова 411

Проблемът с текучеството на персонала в българските предприятия
Доц. д-р Галина Захариева, докт. Дритон Сюлча.....419

Управление на преживяванията на персонала – фактор
за организационно развитие
Доц. д-р Ирена Емилова, гл. ас. д-р Милен Динков.....427

Подобряване на отрасловата свързаност чрез изграждане
на железопътния участък по коридор № 9
Доц. д-р Камен Петров, докт. Радослав Костев 436

Потенциал на индустриалния интернет за нещата за подобряване
на производствените процеси
Доц. д-р Наталия Маринова 445

Професионалното обучение и особености на системата
за професионално образование и обучение
Доц. д-р Христо Сирашки 453

Повишаване качеството на обслужване на клиенти чрез въвеждане
на нови технологии в търговията
Гл. ас. д-р Венцислава Минкова.....465

Предимства на гъвкавото управление на проекти и въздействието върху проектния риск
Гл. ас. д-р Евелина Парашкевова.....473

Социално-икономически промени - управленски аспекти
Гл. ас. д-р Елена Йорданова 481

Приложение на web 2.0 технологиите за споделяне на научни изследвания, ресурси и резултати
Гл. ас. д-р Кремена Маринова-Костова.....487

Съвременни предизвикателства пред управлението на регионалното развитие в Република България
Гл. ас. д-р Методи Иванов.....495

Маркетингови комуникации на българския бизнес в дигитална среда
Гл. ас. д-р Мирослава Ценкова 502

Местното самоуправление в България – някои основни постановки
Гл. ас. д-р Юлиян Господинов 510

Степен на интегрираност на приоритетите за интелигентна специализация в плановите документи
Ас. д-р Мариела Стоянова 518

Концепция за многостепенно управление: възникване, развитие, перспективи
Докт. Димитрина Проданова.....524

Развитие на електронната търговия в България през последните 30 години
Докт. Михаела Маркова.....533

ИКОНОМИКА НА ОТРАСЛИТЕ

Устойчивост в развитието на туризма в националната бизнес среда
Проф. д.ик.н. Таня Горчева 543

Българската индустрия – тридесет години по-късно
Проф. д-р Анета Денева.....551

Подпомагане на доходите на производителите от аграрния сектор
Доц. д-р Виолета Блажева 560

Съвременни измерения на управлението на талантите
Доц. д-р Искра Пантелеева 566

Значение на инфраструктурните коридори за регионалното икономическо развитие на България
Доц. д-р Камен Петров 574

Изследване на възможностите за развитие на туристическа дестинация „Свищов“
Доц. д-р Любка Илиева 583

Градско земеделие – алтернатива или необходимост
Доц. д-р Марина Николова 592

Теоретико-приложни аспекти на мърчандайзинга в българската търговска практика
Доц. д-р Петранка Мидова 603

Туристическите агенти, резервационните услуги на туроператорите и свързаните с тях дейности в България 30 години след началото на промените
Доц. д-р Петя Иванова 611

Изследване необходимостта от придобиване на търговски умения по женско предприемачество
Доц. д-р Светослав Илийчовски, доц. д-р Теодора Филипова 618

Бизнес среда и предприемаческа дейност на българските пивоварни предприятия
Доц. д-р Сергей Найденов 626

Атрибутивно анализиране на асортиментното разнообразие в точките на продажби
Доц. д-р Симеонка Петрова 634

Периодът на прехода – 30 години растеж на регионалните дисбаланси
Доц. д-р Тихомир Личев 642

Социална работа и социално предприемачество
Гл. ас. д-р Ваня Ганева 652

Анализ на сезонността в търговията
Гл. ас. д-р Венцислав Перков 660

Разкриване на нефинансова информация от големите български държавни предприятия
Гл. ас. д-р Емил Николов 667

Подходи за управление на риска в търговските предприятия
Гл. ас. д-р Зоя Иванова 676

Проблеми и предизвикателства пред развитието на туризма в България
Гл. ас. д-р Любомира Тодорова 684

Развитие на туристическа дестинация България като част от интернационалния туристически пазар
Гл. ас. д-р Павлин Павлов 690

Анализ на предприемаческите нагласи в България
Ас. д-р Ивайло Костов 698

Устойчиво развитие на българската индустрия
Докт. Айтен Сабри 706

Значение на пътната инфраструктура като фактор за подобряване състоянието на горскостопанските предприятия
Докт. Руслан Коларов 714

Анализ на възможни решения за преодоляване на височинните ограничения и ограниченията в газенето през канала море-езеро за по-големи плавателни съдове създавани от Аспарухов мост
Инж. Дойчин Ников, Красимира Вангелова 722

НАУЧНО-ПРАКТИЧЕСКА КОНФЕРЕНЦИЯ

ИКОНОМИКАТА НА БЪЛГАРИЯ – 30 ГОДИНИ СЛЕД НАЧАЛОТО НА ПРОМЕНИТЕ

Свищов, 22 ноември 2019 г.

Сборник с доклади

Конференцията е посветена на 75 години от създаването на Съюза на учените в България

ISBN 978-954-23-1815-6

Издателство и печат: Академично издателство „Ценов”
Свищов, ул. Градево № 24

740

БИЗНЕС СРЕДА И ПРЕДПРИЕМАЧЕСКА ДЕЙНОСТ НА БЪЛГАРСКИТЕ ПИВОВАРНИ ПРЕДПРИЯТИЯ

Доц. д-р Сергей Найденов
Катедра „Индустриален бизнес и предприемачество“,
Стопанска академия „Димитър А. Ценов“ - Свищов,
Е-мейл: s.naydenov@uni-svishtov.bg

Резюме: *В теорията на управлението на бизнеса се отдава твърде голямо значение на изучаването на проблемите, които възникват и се решават по повод състоянието, анализа и оценките на въздействието на външната среда. Основната теза е, че колкото по-добре се познава средата от мениджъра или предприемача, толкова по-големи са шансовете за успех. Практика на повечето от големите компании е да създават специални отдели и звена и да наемат специалисти, занимаващи се с решаването на именно този проблем.*

Ключови думи*: бизнес среда, организация, идентификация, организационна идентичност, пивоварни предприятия.*

JEL: *21.*

BUSINESS ENVIRONMENT AND ENTREPRENURIAL ACTIVITY OF BULGARIAN BREWERIES ENTERPRISES

Sergey Naydenov, Assoc. Prof. PhD
Department “Indusry”, University Tsenov Academy
of Economics - Svishtov, E-mail: s.naydenov@uni-svishtov.bg

Abstract: *Modern companies are threatened to various challenges coming from the surrounding environment. To maintain their competitive advantage, they need to actively support the achievement of a stable organizational identity. Organizational identity sets prospects in the organization of internal stakeholders through their understanding of important characteristic features that give meaning to the work of his members. Companies to remain competitive, must be recognized in the market. Therefore require from bright and distinctive characteristics to help them.*

Key words: *бизнес среда, организация, идентификация, организационна идентичност, пивоварни предприятия.*

JEL: *21.*

1. Въведение

В теорията на управлението на бизнеса се отдава твърде голямо значение на изучаването на проблемите, които възникват и се решават по повод състоянието, анализа и оценките на въздействието на външната среда. Основната теза е, че колкото по-добре се познава средата от мениджъра или предприемача, толкова по-големи са шансовете за успех. Практика на повечето от големите компании е да създават специални отдели и звена и да наемат специалисти, занимаващи се с решаването на именно този проблем. Такъв подход е трудно приложим в управлението на предприемаческите организации поради две причини: първо, невъзможността да бъдат заделени такива човешки и финансови ресурси за това, и второ, въздействието на външната среда е много посилно върху малките предприемачи, отколкото върху големите фирми. Съвременните компании са изправени пред различни предизвикателства, идващи от обкръжаващата ги среда. За да запазят конкурентните си предимства, им е необходимо да подпомогнат активно постигането на стабилна организационна идентичност. Организационната идентичност задава перспективите по отношение на организацията за вътрешните стейкхолдъри чрез разбирането им за нейните характерни най-важни черти, които придават смисъл в работата на членовете ѝ за продължителен период от време. Ролята на комуникациите на организацията в този процес е значителна, защото подпомагат създаването и легитимирането на специфичния ѝ профил.

2. Роля и структура на бизнес средата на предприемача

За предприемачите опознаването на бизнес средата е от изключителна важност, защото още от първия ден те разбират, че в каквато степен познават външната среда на своя бизнес, в същата степен е възможен техният успех и оцеляване. Но, както показват множество примери от практиката, въздействието на една и съща среда върху собствениците на малкия и на големия бизнес е различно, т.е. бизнес средата засяга по различен начин всеки предприемач.

При управлението на ресурсите в организацията, предприемачите се сблъскват с множество проблеми от различен характер, произтичащи от обстоятелството, че всички стопански субекти зависят в някаква степен от качеството на околната среда. Чрез нея те намират клиенти на своя труд, намират ресурси и срещат своите конкуренти и контрагенти.[3] Повечето специалисти определят бизнес средата и нейното

въздействие върху фирмата като пряка и непряка. Основанията за това са, че някои от факторите действали по-силно, а други не толкова силно върху нея. Такъв подход може би е плодотворен за някои организации, но в реалния пазар всеки фактор може да бъде в даден момент пряко, а в следващия — непряко действащ. По тази причина ще разгледаме външната среда на фирмата като: глобална, наднационална (европейско икономическо пространство), национална и работна среда.

2.1. Външна среда

2.1.1. Глобална среда

В края на XX и началото на XXI век понятието „глобализация" стана синоним на значими промени в управлението на бизнеса. Тези промени се свързват главно със следните причини:

Нарастване на интернационализацията на пазарите и увеличаване на ролята на мултинационалните компании (МНК) за трансфера на ресурси.

Нарастване на ролята и значението на фирмите от малкия и средния бизнес в глобален мащаб, главно под влияние на развитието на средствата за телекомуникация.

Системите на телекомуникация (главно интернет) промениха основни категории в организацията на фирмата, като: маркетинг, продажби, работно място, работно време, работен ден и пр.

Политическите промени, увеличиха съществено броя на страните, които изграждат своите икономики въз основа на принципите на пазара. Икономическата и личната свобода, които индивидите в тези страни получиха, създадоха възможност за увеличаване на мобилността на бизнеса в световен мащаб.

2.1.2. Европейска среда

Присъединяването на България към ЕС създава нова среда на функциониране на българските фирми - европейското икономическо пространство. Условията, принципите и правилата на неговото функциониране пораждат множество въпроси и отправят конкретни предизвикателства към управлението на бизнеса. Някои от по-значимите са: *свободно движение на хора; съществени различия в минималното заплащане на труда; предимства на чуждите инвеститори; нови изисквания към трудовата дисциплина; повишаване на конкуренцията на*

трудовия пазар; спазване на общите правила на трудовите отношения; възможност за наднационална защита.[3]

2.1.3. Национална среда

Националната среда има важна роля за функционирането на системата за управление на човешките ресурси в организацията, защото въпреки възможностите, които предоставят глобализацията и европеизацията на бизнеса, и възможността за чужда регистрация, то локализацията на дейността има винаги конкретен национален характер.

2.2. Икономически контекст

Общите икономически условия в страната имат съществена роля и влияние върху свободното предприемачество. Към тях се отнасят: данъчен режим - равнището на преките и косвените данъци определя в решаваща степен доходите на работещите; защитата на основните икономически свободи, като: свобода на конкуренцията и защита на конкуренцията; регулация на банковата система; концесионни режими; регулиране на трудовите пазари; защита на свободата за наемане; свободата на отдаване и наемане на труд и пр.

2.3. Технологичен контекст

Съществува пряка зависимост между равнището на използваната технология в производството и свободното предприемачество. От нея произтичат основните изисквания към знанията, уменията и качествата на предприемачите. Могат да бъдат описани следните основни равнища на влияние между технология и труд в организациите.

Високоразвити технологични промени, свързани главно с използването на микропроцесорни системи, автоматизация и роботизация на производствените процеси.

Конвенционални технически промени, невключващи микропроцесорни системи за управление.

Организационни промени, свързани с използването на нови компютърни технологии за дизайн, пренос, регистриране, организация и търсене на данните.

2.4. Политически контекст

Политическите сили имат различни идеологически платформи и защитават различни интереси, и съответните правителства имат

възможността да изпълняват различни политики за постигането на политическите цели на съответните партии.

Важни аспекти от държавната политика към предприемачеството са следните: степен на защита на индивидуалните права на собственост; степен на регулиране на трудовите (индустриалните) отношения; размер на данъчното облагане върху доходите на работещите; размер на облагането върху печалбата на организациите; защита на конкуренцията.

2.5. Работна среда на предприемача

Сигурността на средата е сложна, интегративна по своята същност и относителна във времето категория, т.е. тя е краен продукт от действието на различни фактори и условия. Те имат различни социални, етнически, религиозни и психологически източници.

Наблюдения върху практиката на малкия и средния бизнес у нас извеждат на преден план следния факт. Не правото на собственост само по себе си е решаващо за успеха в бизнеса, а степента, в която правото на частна собственост е защитена. Не правото да сключиш договор, регламентирано в Закона за задълженията и договорите, а степента, в която съдебната система те защитава бързо и ефективно при неизпълнението на договора от неизправната страна. Подобна участ на неизпълнение на договорите имат хиляди дребни подизпълнители на големите фирми. Всеки индивид преценява в крайна сметка въздействието на средата главно чрез възможността за избор и преследването на собствения си интерес, т.е. ако той индивидуално е свободен и реализира своя интерес, той изразява поведение на свободен индивид.[1]

Правото на избор е най-важният компонент на икономическата свобода. В стопанския живот, основан върху частна собственост, свободата е тази, която подтиква индивида към инициативност и амбициозност. Тя поставя индивида в нови условия, при които натискът върху него е намален, и той трябва да използва много по-добре своите вътрешни ресурси — знания, умения, способности, за да реализира намеренията си. Правото на избор е субективно дефинирано у индивида от нагласата му за самоизява и реализация в социалната група.

Правото на влизане в бизнеса е един от главните показатели на икономическа свобода.

Практиката на изминалите години показва, че афишираната от правителствата и държавата свобода на размяната е безпредметна без ефективната защита на договора и правото на собственост. Съдебната

система не осигурява ефективна защита на изправната страна в тези спорове и се поддава на натиск.

Това, което реално има значение за всеки предприемач, както и за всяко друго лице, потърсило услугите на съда. е: до каква степен може да разчита на безпристрастността на съда; в какъв срок ще получи обезщетението, произтичащо от решението на съда.

Това подсказва, че развитието на пазарното стопанство е практически ежедневна борба за превръщането на предписаните и изпълняваните правила в едно.

3. Предприемаческата дейност на големите пивоварни предприятия в България.

Значимите пивопроизводители у нас са:

„Загорка“ АД е най-голямата пивоварна. Упражнява дейността си по производство на пиво в гр. Стара Загора. Произвежда и търгува с марките: “Загорка“, “Ариана“, “Хайникен“, “Амстел“, “Старобърно“.

„Каменица“ АД е пивоварна компания реализираща дейността си в два пивоварни завода в градовете Пловдив и Хасково. Нейни марки са: “Каменица“, “Астика“, “Бургаско пиво“, “Славена“, “Стела Артоа“, “Бекс“, “Старопрамен“.

„Карлсберг България“ АД е производител на пиво с ускорено положително развитие. Двете пивоварни са в Шумен и Благоевград. Съосновател е на първата българска компания, лицензирана за оползотворяване на отпадаците от опаковки. Предлага на пазара марките: “Шуменско“, “Пиринско“, “Холстен“, “Туборг“.

„Болярка ВТ“ АД е една от най-старите пивоварни в България. Пивото е символ на старопрестолния град, а предлаганите марки са: “Болярка“, “Балканско“, “Швейк“, “Кингс“, “Калтенберг“, “Варщайнер“.

„Ломско пиво“ АД е построена от братята чехи Малотин и Хозман през 1894 г. в град Лом. Продуктовата линия обхваща: “Алмус“, “Шопско пиво“, “Ломско пиво“, “Мизия“, “Гредберг“.

Предприемаческата дейност на изброените предприятия за последните няколко години ще характеризираме по индикаторите:

Пазарен дял – най-висок е на „Загорка“ АД, дължи се на приходите по брандове от продажби на вътрешния пазар. Съпътстван е от „Каменица“ АД, „Карлсберг България“ АД, „Болярка ВТ“ АД и „Ломско пиво“ АД.

Оценка на качество и цена – качеството на продуктите на „Загорка“ АД е много високо, „Каменица“ АД, „Карлсберг България“ АД, „Болярка ВТ“ АД са с високо, а „Ломско пиво“ АД е със средно. Що се касае до **цената,** пивоварите инициират промени за баланс на сезонните колебания в търсенето. Прилагат стратегии насочени към предпочитанията на потребителите и осигоряващи им предимство пред конкурентите.

Оценка на управлението на конкуретния тласък - „Загорка“ АД, „Каменица“ АД и „Болярка ВТ“ АД управляват конкурентния тласък на европейския пазар, чрез стратигическа маркетингова организация и програми, иновационен мениджмънт и системи за управение на качеството. „Карлсберг България“ АД и „Ломско пиво“ АД управляват конкурентния натиск чрез стратегически програми.

Мерки за подобряване на ефективността на ДМА – „Болярка“ АД и „Карлсберг България“ АД прилагат по-пълното натоварване на капацитета и навременното отстръняване на негодните ДМА. „Загорка“ АД и „Ломско пиво“ АД внедряват съвременни форми на организация на производство и труд. „Каменица“ АД акцентира на технико-технологичното равнище на производствената дейност.

Мерки за подобряване на ефективността на КМА – „Болярка“ АД и „Ломско пиво“ АД прилагат намаляване на незавършеното производство, краткост на продуктовата реализация и навременна събираемост на вземанията. „Загорка“ АД, „Каменица“ АД и „Карлсберг България“ АД прибягват до намаляване на производствените запаси, съкръщаване на производствения цикъл чрез подобрени технологии и стимулират краткостта на продуктовата реализация и събираемостта на вземанията.

Оценка на производителността на труда – най-висока е в „Загорка“ АД, следвана от „Карлсберг България“ АД, „Каменица“ АД и „Болярка ВТ“ АД. Най-ниска в „Ломско пиво“ АД.

Оценка на квалификацията на персонала – нивото на компетенциите на персонала е средно за „Каменица“ АД, „Болярка ВТ“ АД и „Ломско пиво“ АД и високо за „Загорка“ АД и „Карлсберг България“ АД.

Заключение (Изводи)

Съвременната бизнес среда, премоделирана от процесите на глобализация и характеризираща се със засилване на влиянията на

различните групи стейкхолдъри спрямо организацията, налага промяна в нейните политики, структура, цели. В условията на динамиката на средата е необходимо да се търсят възможности за управление на организацията, които да я подпомагат не само при оцеляването, но и във възможността да повиши конкурентоспособността си. Във връзка с това се налага и промяна в комуникационните практики с цел представяне на положителните аспекти в дейността на организацията, поддържане на идентичността, имиджа и репутацията и в средата, в която реализира своята дейност. Ефективната организационна идентичност, осъществявана както вътре в организацията, така и извън нея е гаранция за успеха на организацията. Компетентното управление, основано на нея, на корпоративния имидж и корпоративната репутация е гаранция за повишаване на конкурентните предимства на организацията.

ЛИТЕРАТУРА

Генов, Ю. (2008). Защо толкова малко успяваме? Сф. р.87.

Димитрова, Я. (2013). Организационната идентичност. Сф. ISBN 978-954-322-566-8. р.131-170.

Коев, Й. (2013). Въведение в предприемачеството. ИУ – Вн. ISBN 978-954-21-0622-7. р. 106-113.

Палашев, Н. (2008). Въведение в корпоративните комуникации. Сф. р. 63-91.

Maki, S.M. (2008). International Communication Association Audit. p. 383-404.

Kim, H., M. Lee, H. Lee (2010). Corporate Social Responsibility and Employee-Company Identification. p. 557-569.